



**Projekt Værtensklasse i biblioteket - kort evalueringsrapport**  
**Aalborg Bibliotekernes pixi-udgave af Carl Gustav Johannsens hovedrapport**  
Johannsen, Carl Gustav

*Publication date:*  
2012

*Citation for published version (APA):*  
Johannsen, C. G. (2012). *Projekt Værtensklasse i biblioteket - kort evalueringsrapport: Aalborg Bibliotekernes pixi-udgave af Carl Gustav Johannsens hovedrapport.*

# Projekt Værtensklasse i biblioteket - kort evalueringsrapport

Aalborg Bibliotekernes pixi-udgave  
af **Carl Gustav Johannsens** hovedrapport

Samarbejdspartnere:  
Danske Værter  
Herning Bibliotekerne  
Silkeborg Bibliotekerne



# Indledning

Aalborg Bibliotekerne modtog i 2011 en bevilling på 688.500 kr. fra Udviklingspuljen for folke- og skolebiblioteker til projektet "Værtensklasse i biblioteket". Hovedsamarbejdspartneren har været konsulentfirmaet Danske Værter ved Marianne Hvid, lektor Carl Gustav Johannsen fra Det Informationsvidenskabelige Akademi har været evaluator, og bibliotekerne i Silkeborg og Herning har været samarbejdspartnere. Projektet, der har omfattet formidlingsområderne på hovedbiblioteket i Aalborg, blev afsluttet 30. juni 2012.

Projektet er ligeledes støttet af Edward Pedersens Biblioteksfond.

Grundideen i projektet er at afprøve de serviceprincipper, der normalt bruges i detail- og turistbranchen, til forbedret formidling i biblioteket. Formålet har været at bearbejde og ændre grundholdningerne til vagtbegrebet, at arbejde med professionel kompetenceudvikling og relationskompetencer samt at

udvikle både et teoriapparat og konkrete værktøjer til brug for hele det danske biblioteksvæsen.

## De 4 hovedevalueringstemaer er

- har indsatsen gjort en forskel for bibliotekets gæster (dvs. brugere)?
- har projektets metoder og værdier haft gennemslagskraft i forhold til medarbejdernes kompetenceudvikling?
- er der blevet udviklet et kompetenceudviklingsforløb til brug for danske folkebiblioteker?
- er erfaringer fra Styrelsens markedsføringsprojekt blevet inddraget?

Hertil kommer en særskilt evaluering af en række aktiviteter, der er specificeret i projektbeskrivelsen.

Med hensyn til metode og dataindsamling henvises til hovedevalueringen.



# Idegrundlag og koncept

Idegrundlaget for Danske Værter indsats kan sammenfattes under begrebet "det gode værtskab", og denne tankegang gennemsyrrer projektet på mange måder og ikke mindst terminologisk. Brugere eller lånere bliver til gæster og bibliotekets medarbejdere til værter. I faglitteraturen er behovet for værtskab begrundet i en moderne verden, hvor det produkt, du sælger ikke adskiller sig nævneværdigt fra konkurrenternes, hvilket kun giver dig én mulighed for konkurrence – nemlig måden, du behandler dine kunder på. Idegrundlaget og tankegangen bag værtskabskonceptet viser, at meget af tankegodset i værtsfilosofien er hentet i den private sektor, men der er også en klar etisk dimension i værtskabskonceptet, der bl.a. modvirker tendenser til at oversælge og pådutte gæsterne noget, de ikke har behov for.

Ud over værdierne fra turistbranchen er der i projektet hentet inspiration fra klassisk kvalitetstænkning og i moderne oplevelsesøkonomi og oplevelsesdesign.

Iflg. oplevelsesøkonomien skal virksomheden ikke længere blot tilbyde varer eller serviceydelser – der skal også knyttes en oplevelse til den eller de services, der tilbydes, og oplevelser kan f.eks. være banale hverdagsaktiviteter, som bare får en særlig betydning. Godt oplevelsesdesign frembringer produkter, som forbrugeren ikke på forhånd var klar over, at han eller hun havde behov for og bagefter slet ikke kan forstå, hvordan man kunne leve uden. Samtidig ser det ud til, at der også er elementer, der er meget fremtrædende inden for oplevelsesdesign og knap så iøjnefaldende i værtskonceptet. Det gælder f.eks. oplevelsesdesignelementerne interaktivitet, involvering, gøren levende og læring. Oplevelsestænkningens væsentligste karakteristika har været i spil i værtskabsprojektet (loyalitet, større mærkekendskab, den personlige

kommunikation, identitet og dialog samt autenticitet). Sættes værtskabskonceptet ind i en større samfundssammenhæng, er kampen for fysisk overlevelse blevet erstattet af kampen for at få så meget som muligt ud af livet, nydelse, følelsesmæssigt nærvær og engagement er i fokus, og særlige værdier er kommet i centrum.

Hele værtskabstankegangen kan måske på nogle virke lidt overfladisk, slagordsagtig og poppet – specielt i forhold til bibliotekarer, der er kendt for at lægge vægt på høje krav til begrebsmæssig kompleksitet og tankemæssig dybde. Man kan også forestille sig, at nogle kan være forbeholdne over for alt for proaktive formidlingsstrategier.

At konceptet i så høj grad har knyttet an til dagligdags og genkendelige situationer, udgør sandsynligvis en væsentlig forklaring på den gennemslagskraft, værtskabstænkningen har haft i forhold til bibliotekets medarbejdere.

Den korte vej fra teori til praksis har medført, at hele værtskabsfilosofien blev oplevet som langt mere spændende og udfordrende, end man umiddelbart skulle have forventet.

Konklusionen er, at værtskabskonceptet suppleret med elementer fra oplevelsesøkonomien i almindelighed og oplevelsesdesign i særdeleshed vil udgøre en egnet teoretisk referenceramme både til forståelse af værtskabsprojektets processer og mekanismer og ikke mindst – til at videreudvikle projektet i retning af ikke kun at skabe glade gæster, men også i mange tilfælde glade og aktive gæster. Respekt for brugerens valg, kombineret med en forståelse for dennes behov for at blive inspireret og udfordret har været den foretrukne strategi i projektet.

**"GLADE VÆRTER GI'R GLADE GÆSTER.  
SOM SÅ GI'R GLADE VÆRTER"**

**DIN HOLDNING  
X  
DINE HANDLINGER  
=  
VÆRTSKAB**

## De 4 hovedevalueringstemaer

### Betydningen for gæsterne

Der er gennemført en før-og-efter-spørgeskemaundersøgelse blandt gæsterne i juni 2011 og i maj 2012. Resultaterne ser således ud:

	Spørgsmål	før	efter	før	efter	før	efter	før	efter
		helt uenig	helt uenig	neutral	neutral	helt enig	helt enig	ubesv.	ubesv.
1	Bibliotekets personale er gode til at spørge ind og få afdækket mine behov	2 %	2 %	27 %	23 %	67 %	70 %	4 %	5 %
2	Ventetiden ved personlig betjening er OK	3 %	3 %	25 %	31 %	70 %	65 %	3 %	2 %
3	Bibliotekets image er meget traditionelt og ikke specielt service-minded	26 %	28 %	49 %	45 %	21 %	18 %	4 %	8 %
4	Det er let at genkende bibliotekets personale	6 %	6 %	41 %	28 %	52 %	63 %	1 %	3 %
5	Bibliotekets service overrasker mig ofte positivt	4 %	3 %	34 %	30 %	59 %	62 %	3 %	5 %
6	Mine forventninger til servicen på biblioteket er høje	4 %	3 %	35 %	37 %	59 %	58 %	2 %	2 %
7	Bibliotekets medarbejdere får mig til at føle mig som gæst mere end som klient	4 %	4 %	32 %	30 %	60 %	61 %	4 %	5 %
8	Bibliotekets personale er gode til at foreslå alternative løsninger, hvis den efterspurgte bog m.m. ikke er hjemme	2 %	4 %	41 %	32 %	51 %	57 %	6 %	7 %
9	Bibliotekets personale lægger stor vægt på at tilbyde en personlig og skræddersyet service frem for en ensartet standardiseret ydelse	3 %	2 %	37 %	34 %	54 %	57 %	6 %	6 %
10	Bibliotekets personale er imødekommende, hjælpsomme og smilende	2 %	3 %	17 %	11 %	81 %	85 %	1 %	2 %

Tilfredsheden er vokset for 8 ud af 10 aktiviteter – for spørgsmål 4 (genkendelighed) og spørgsmål 10 (hjælpsomhed) i bemærkelsesværdig grad. Den eneste markante tilbagegang er vurderingen af ventetiden (spørgsmål 2). Det er muligt at forklare alle ændringerne ud fra mulige effekter af værtskabsaktiviteterne – og de negative reaktioner på ventetiden, idet værtskabstankegangen netop betoner, at arbejdet skal gøres færdigt i forhold til den enkelte.

# Medarbejdernes kompetenceudvikling

## Floorwalking (testet i uge 7-13 2012)

Floorwalking har i Værtensklasse-projektet betegnet en særlig mere mobil og opsøgende form for vagter.

Som navnet antyder, indebærer den, at udøveren cirkulerer, bevæger sig rundt og virker på gulvet i hele biblioteket. De klassiske værtskabsdyder (venlig anerkendelse af gæstens tilstedeværelse, afdækning af dennes behov m.m.) er specielt vigtige for floorwalkereren, der herudover kan medvirke til effektiv køaflastning og til, at tekniske problemer spottes og hurtigt afhjælpes. I projektet har floorwalkereren været uniformeret. Tankegangen bag er, at floorwalkereren befinder sig i en fremskudt position og derfor i højere grad bør være genkendelig for gæsterne.

Procedurer for briefing og debriefing udgjorde en selvstændig bestanddel af floorwalking-konceptet. De systematiske briefing- og debriefing-processer har medført en mere virkelighedsnær og handlingsorienteret dialog mellem ledelse og medarbejdere med bedre mulighed for at håndtere problemer, inden de vokser sig for store.

I interviews med de berørte medarbejdere giver stort set alle udtryk for en positiv holdning, men med stor variation i forhold til, hvad der er de positive aspekter ved floorwalking. Den delvise uniformering i forbindelse med floorwalking har ikke givet anledning til negative kommentarer. Alt i alt tyder de gennemførte interviews på, at de tilsigtede formål med floorwalking i høj grad opleves som opfyldte af de interviewede områdeledere, ambassadører og værter.

Til gengæld er det lidt sværere at vurdere, hvilken direkte effekt floorwalking-indsatsen har haft i forhold til gæsterne. Da floorwalking netop har som et af sine erklærede mål at afhjælpe kødannelser, tyder de data, der er til rådighed ikke umiddelbart på, at gæsterne har lagt mærke til nogle forandringer til det bedre med hensyn til køer og ventetid – snarere det modsatte.

## Mystery shopping (testet i uge 7-14 2012)

Mystery shopping er en undersøgelsesform, hvor almindelige kunder, inden de foretager deres indkøb, bliver vejledt i, hvad de skal observere, og hvordan de skal agere. På baggrund af deres observationer

udfylder de et spørgeskema, som indeholder spørgsmål om, hvordan forretningen fremstod, og hvordan medarbejderen håndterede kundesituationen, herunder om kunden fik den oplevelse, som den pågældende virksomhed ønsker at give deres kunder.

Firmaet ServiceMind fra Herlev har haft ansvar for mystery shopping.

Værtensklasse-projektets anvendelse af skjult test/mystery shopping er alene ved sin gennemførelse enestående i dansk folkebibliotekssammenhæng.

Også på andre punkter adskiller projektets mystery shopping sig fra hidtidige bibliotekserfaringer. For det første arbejdes der med et komplekst og nuanceret kvalitetsbegreb, bestående af mere end 20 forskellige dimensioner. For det andet dækker testen et bredt spektrum af ydelser (indmelding, emneforespørgsler og vejledning), og for det tredje er selve bedømmelsen af præstationen temmelig nuanceret.

Den organisatoriske implementering har også været en meget væsentlig del af konceptet. Forsøget startede med, at medarbejderne selv optrådte som mystery shoppere i forretninger i bibliotekets nabolag, vurderingskriterierne var kendt på forhånd, og der var systematik i den konstruktive opfølgning mellem den enkelte medarbejder og dennes områdeleder.

ServiceMind har gennemført 53 besøg og dermed vurderet 53 medarbejders betjening og formidling. En analyse af scoren i disse bedømmelser viser bl.a., at køn og alder ikke er nogen hindring for at levere god service over gennemsnittet, at der scores højere på emnesøgning end på indmeldelse, og at mystery shopping derfor hænger fint sammen med grundlæggende professionsværdier.

Faglig og professionel viden om medier, litteraturtyper, kvalitet og spørgeteknikker er helt afgørende for at opnå topkarakter. De laveste scoringer tilskrives uvidenhed om bibliotekets aktuelle servicepolitik og standarder for service.

Forud for forsøget var der fra medarbejdernes side





#### **FLOORWALKING:**

Uniformerede floorwalkere opsøger og hjælper bibliotekets gæster med de hurtige forespørgsler.

tale om fordomme, delte meninger og skepsis. Efter forsøget var udsagnene generelt positive – der var tilfredshed med introduktionen af konceptet og med åbenheden og transparens omkring proceduren. Alt i alt var holdningen til mystery shopping positiv i alle de interviews, der blev gennemført, og aktiviteten har været oplevet som både meningsfuld og nyttig og gennemført med hensyntagen til etiske standarder for personaleledelse. Dette er bemærkelsesværdigt alene på baggrund af, at det er første gang, mystery shopping har været afprøvet i danske biblioteker og i betragtning af, at konceptet fra starten var omgærdet af megen skepsis og forbehold.

#### **Velkomstindsatsen (testet i uge 5-10 2012)**

I danske folkebiblioteker er der varierende praksis med hensyn til velkomstmateriale til nye gæster. I Aalborg indmeldes der årligt ca. 11.000 på biblioteket, så området er stort og vigtigt.

Indsatsen har bestået både i en systematisering og intensivering af den hidtidige indsats. Systematiseringen kommer til udtryk gennem fremstilling af velkomstmapper og intensivering gennem obligatoriske tilbud om rundvisninger. Indsatsen blev evalueret i form af en spørgeskemaundersøgelse. Her erklærede 92 % sig "meget tilfredse" med velkomsten, 93 % var meget tilfredse eller tilfredse med velkomstmappen og 98 % meget tilfredse eller tilfredse med den personlige introduktion. Også de ledsagende kommentarer tydede på meget stor tilfredshed hos bibliotekets gæster med indsatsen.

Evalueringen af velkomstindsatsen tyder klart på, at der også på traditionelle aktivitetsområder er basis for serviceudvikling og forbedringsmuligheder.

#### **Uniformering (testet i uge 7-15 og uge 17 2012)**

Uniformering har også været et tema i forbindelse med projektet. Begrundelsen har dels været at skabe øget synlighed, dels at den mere proaktive stil skaber behov for en mere sikker og hurtig identifikation af bibliotekets medarbejdere, værterne.

Man har i Aalborg arbejdet ud fra en fleksibel tilgang til uniformering. Alle medarbejdere er blevet forsynet med nøglesnore, key-hangers. Det har bevidst ikke været noget, den enkelte medarbejder kunne vælge fra eller til, men noget obligatorisk, som var genstand for ledelsesmæssig bevågenhed og opfølgning. Herudover har man i forbindelse med særligt intensive servicekontekster som mer-salg og floor-walking arbejdet med en udvidet model for uniformering med ensartede trøjer og polo shirts.

Der er ikke rapporteret om uvilje mod de anvendte uniformeringsmodeller, og i interviewene er der heller ikke kommet negative reaktioner frem. Herudover synes det dokumenteret, at gæsterne har modtaget tiltaget positivt, idet der i de gennemførte brugerundersøgelser er en markant stigning fra 52 til 63 %, der er enige i, at "det er let at genkende bibliotekets personale".

#### **Målrettet salg (testet i uge 12-15 og 17 2012)**

Forberedelsen bestod i et heldags salgskursus ved Danske Værter og i en efterfølgende proces omkring valg af bog- og medietitler til aktiviteten. I salgskurset blev betydningen af produktkendskab understreget, hvilket førte til, at sidemandsoplæring blev iværksat i forhold til det ene produkt, Filmstriben.



Præcise og relevante kvantitative data angiver, hvor mange kontakter der var med gæster på de 11 vagter, hvor biografier blev solgt, hvoraf 29% resulterede i udlån. De to mindst kendte biografier var dem, der solgte bedst.

Ved salg af Filmstriben.dk var det gennemsnitlige antal kontakter pr. vagt var 63,2 og det gennemsnitlige antal demonstrationer pr. vagt 36,6, hvilket var med til at gøre aktiviteten rimeligt intensiv for værterne. Man var derfor også nødt til at forkorte vagterne fra 3 til 2 timer. Brugen af Filmstriben steg med 10,9 % fra marts til april 2012.

Værternes kommentarer går bl.a. på, at den opsøgende stil er grænseoverskridende, men værdifuld at have prøvet, at det er nemmere at "sælge" ydelser, når man har uniform på, og at man lærer at være bevidst om målgrupper.

Der har ikke kun været tale om en tilbageskuende afrapportering, men også i høj grad om fremadrettede tiltag og ideer. Det er også tydeligt, at fagligheden – den konkrete viden om produkterne har haft stor betydning.

Til en vis grad kan man sige, at den mere offensive formidlingsstrategi, der ligger bag mersalgs aktiviteten rummer anderledes faglige udfordringer end en mere reaktiv form for publikumsbetjening.

## Udvikling af et kompetenceforløb

Ved projektafslutningen foreligger der en foreløbig beskrivelse af et kompetenceudviklingsforløb – "Værtensklassen" – for værtskab i biblioteker. Der er omtalt i alt 9 forløb af varierende varighed, og målgruppen varierer fra kursuspakke til kursuspakke:

- Introduktion til biblioteksværtskab
- Værtskabsfundament – en lederdag med strategisk sigte

- Værtskab for alle
- Værtskabsledelse – det personlige lederskab
- Værtskab for ambassadører
- Værtskab for frontpersonale
- Floorwalking
- Mystery shopping
- Velkomstindsats

Med hensyn til den praktiske gennemførelse af kurserne har biblioteket i høj grad sat sit præg på kompetenceudviklingsforløbet, og erfaringerne fra projektforsøget har haft betydning for kursusindholdet på den måde, at bibliotekskonteksten er indarbejdet fra starten.

Kursusprogrammet kan forbedres yderligere ved at præcisere, hvilke kompetencer en medarbejder eller leder forventes at opnå, og hvilken pris, kurserne vil blive udbudt til.

## Det nationale markedsføringsprojekt

**- er erfaringer fra Styrelsens markedsføringsprojekt blevet inddraget?**

Det har været en forudsætning for projektbevillingen, at projektet skulle inddrage erfaringer styrelsens markedsføringsprojekt fra 2008 "Fra bøger til bruger", der bl.a. indeholder 37 anbefalinger.

Sammenfattende kan man sige, at styrelsens anbefalinger er fulgt i meget høj grad (se nærmere i hovedevalueringen).

**AALBORG BIBLIOTEKERNE HAVDE BESØG  
AF 53 MYSTERY SHOPPERE PÅ 9 UGER.**

**SERVICEMIND TÆLLER KUNDER SOM  
JYSK, MAGASIN OG SUNSET, MEN  
AALBORG BIBLIOTEKERNE ER DET  
FØRSTE BIBLIOTEK DE HAR "SHOPPET".**

# Gennemførte aktiviteter

I denne del af evalueringen vurderes resultaterne efter flg. kriterier, der også er blevet anvendt i projektet:

- Minus** - når et projektmål enten slet ikke eller knap nok er gennemført
- OK** - når en projektaktivitet er testet med varierende resultat
- Plus** - når gennemførelsen af testen overgår de normale forventninger

Evalueringen handler om at teste brugbarheden, og derfor kan en test, der på pålidelig vis demonstrerer, at en bestemt idé ikke fungerer i bibliotekssammenhæng, udmærket høste et plus.

Aktiviteterne vurderes således:

	<b>vurdering</b>	<b>karakter</b>
Udvikling af et fundament for arbejde med værtskab	Den organisatoriske implementering har været velfungerende, præget af nytænkning og konsekvent og bredt gennemført.	Plus
Udvikling af en strategi for arbejde med værtskab	Der har været ønske om og initiativ til at udvikle perspektivet til andre grene af det fysiske bibliotek.	Plus
Udvikling af lederforløb	Der har været gennemført et lederudviklingsprogram, og dette program har sat sig mærkbare positive spor og er blevet bemærket af medarbejderne.	Plus
Udvikling af ambassadørforløb	Ambassadørgruppens indsats har haft en positiv betydning for projektets organisatoriske implementering, det kunne have skabt et bredere ejerskab, hvis medarbejdere med HK-baggrund havde været repræsenteret i gruppen.	OK
Træning af medarbejderne i værtskabsmetoder	Undervisningskonceptet har været både gennemtænkt og gennemarbejdet præget af variation og humor, og det har været en ekstra udfordring, at emnet og konteksten for mange medarbejdere kan virke kontroversielt.	Plus
Test af metoder	Der har ikke kun været tale om en tilbageskuende afrapportering, men i høj grad også om fremadrettede tiltag og ideer, fagligheden har haft stor betydning, og der har været en ualmindelig systematisk og grundig tilgang til test af indsatsområderne.	Plus
Arbejde med motivationsindsatser	Indsatsen Sjøv Fredag vurderes lidt forskelligt, indsatsen Følge Svend måtte opgives af praktiske grunde, og indsatsen Månedens Vært havde det særlige perspektiv, at ansatte nominerede andre ansatte.	OK
Udarbejdelse af et teoriapparat	Det har i høj grad været evaluator, der har videreudviklet et værtskabsteoriapparat og peget på veje for fortsat udvikling, og derfor får denne aktivitet ingen karakter.	

# Konklusion

Skal man pege på et helt overordnet mål eller målsætning for Værtskabsprojektet, kan det meget vel have været at åbne øjnene for materialer og aktiviteter, man på forhånd vidste, at man havde behov for, men som ved nærmere eftersyn viser sig at være uundværlige.

I forhold til bibliotekets brugere - eller gæster som det hedder med projektets jargon - handlede det om at lære at udøve en mere proaktiv service, der inspirerer og stimulerer brugerne; i forhold til personalet/værterne om at stimulere en fortsat serviceudvikling og ikke mindst om at udfordre fordomme om, hvad der passer til og kan lade sig gøre på et dansk folkebibliotek og hvad der ikke kan. Sætter vi dette som et overordnet mål for værtsprojektet, må vi - på basis af ovenstående projekt - konstatere, at projektet er lykkedes i meget høj grad.

Der er blevet udviklet standarder, metoder og praksisser til at inspirere brugerne og udvide deres kendskab til bibliotekernes services og materialer og der er blevet udviklet serviceformer og betjeningskonventioner, som for mange biblioteksansatte nærmest var grænseoverskridende. Kort sagt: både bibliotekerne og deres personale ser ud til at have flyttet sig.

På et mere konkret plan er projektets vel nok mest iøjnefaldende resultat, at der består en statistisk signifikant sammenhæng mellem en bevidst og målrettet værtskabsindsats fra bibliotekets side og en virkning på brugernes oplevelser og tilfredshed med biblioteket.

Værtsprojektet har med andre ord vist, at det kan nytte. Trods krise og sparetider kan det nytte at nytænke og serviceudvikle. Der er ikke basis for at tro, at vi allerede har prøvet det hele i bibliotekerne.

På det formelle plan har Aalborg bibliotek - som dokumenteret i detaljer på de foregående sider - formået at leve op til samtlige både overordnede projektmål og mere detaljerede aktivitetsmålsætninger. Et af de overordnede projektmål handlede om arbejde med

"vagtbegrebet", hvilket er sket på en forholdsvis radikal måde, idet man overfor det institutionsorienterede vagtbegreb har arbejdet med en bredere og langt mere brugerorienteret forståelsesramme med inspiration hentet både i værtskabsfilosofien og i moderne oplevelsesdesign.

Som et andet karakteristisk træk ved værtsprojektet har det bidraget til at bygge bro mellem forskellige verdener: det har givet frirum til kreativtetsudløsende humor og arbejdsglæde samtidig med, at det har virket for standardisering, systematisk og evidensbaseret udvikling i folkebibliotekssektoren og det har opereret med en fin balance mellem fokusering og effektivisering på den ene side og motivering og dynamik på den anden.

Egentlig ligger det uden for rammerne af en sådan evaluering at pege på, hvilke årsagssammenhænge og mekanismer, der har skabt de gode resultater; dog kan jeg ikke lade være med at pege på en ualmindelig frugtbar kombination af ledelsesmæssigt mod, engagement og bevågenhed, reelle indflydelsesmuligheder for personalet (fx på mystery shopping kriterierne), organisatorisk nytænkning (fx ambassadørordningen) og ikke mindst dygtige eksterne samarbejdspartnere (Dansk Værter og Servicemind).

Skønhedspletter eller ting, som kunne optimeres yderligere, har heller ikke helt kunnet undgås; de er omtalt hist og her ovenfor. Organisationsteoretisk kan man hverken sige, at projektet har hyldet den bløde eller den hårde ledelsesstil; det har derimod formået at kombinere elementer fra begge stilarter på en talentfuld og frugtbar måde.

Perspektiverne for videreudvikling er i høj grad til stede; dels i bredden forhold til andre folkebiblioteker og dels i dybden i forhold til andre sider af det fysiske bibliotek fx de selvbetjente, åbne biblioteker.



